

E-Business Forum 2014

25. září 2014 / 9:00 / Grandior Hotel Prague Na Poříčí 42, 110 00 Praha 1

Program akce

Hlavní sál

8:30 - 9:00 Registrace účastníků

9:00 - 9:15 Zahájení setkání - úvodní slovo

Karel Novotný - MINDLESS

9:15 - 10:30 Velká debata osobností české e-commerce

Tomáš Braverman - Slevomat.cz, Jiří Hlavenka - Skypicker.com, Jan Jírovec - ROCKAWAY CAPITAL SE, Martin Kasa - Pilulka Lékárny, Josef Matějka - Nextech Ventures, Martin Rozhoň - VIVANTIS, Václav Štrupl - Bonami.cz, Martin Wallner - Mixit

Jak vidí současný stav české e-commerce? Jaké jsou před námi výzvy a nové trendy?

10:30 - 11:00 COFFEE BREAK

11:00 - 11:15 APEK E-commerce Awards 2014

První ročník soutěže APEK E-commerce Awards 2014 přináší ve svém finále souboj tří členů APEK, které na základě došlých nominací vybrala odborná porota. Ta volila z přihlášených projektů s cílem určit ty nejzajímavější, které na český e-commerce trh přinesly novinky či byly v průběhu posledních dvanácti měsíců inovativní ve svém rozvoji.

O konečném vítězi soutěže, který se tak kvalifikuje jako zástupce České republiky na Global E-commerce Summit 2015 v Barceloně, rozhodnou posluchači letošního E-Business Fora. Všechny tři nominované projekty se postupně představí v hlavním sále. Následovat bude hlasování pomocí hlasovacích lístků, které účastníci EBF obdrží.

Finalisté APEK E-commerce Awards 2014

- Audio Partner s. r. o. - projekt Kytary.cz
- Dr. Pilulka s.r.o. - projekt Pilulka.cz
- Twisto Payments a.s. - projekt Twisto.cz

11:20 - 11:40 Česká e-commerce z pohledu zákazníka

Tomáš Čupr - Rohlik.cz

Opravdu je u nás zákazník na prvním místě?

11:45 - 12:05 Jak podnikat a být konkurenceschopný na polském e-commerce trhu - 21 milionů polských uživatelů internetu čekají na vaše produkty a služby

Mateusz Gordon - Gemius

Prezentace Vás seznámí s charakteristikou polského e-commerce trhu, s chováním internetových uživatelů a ukáže Vám současné hlavní trendy. Seznámí Vás se znalostmi, které jsou klíčové k úspěšnému otevření e-shopu v Polsku a představí Vám hojně využívané nástroje, bez kterých je těžké zůstat konkurenceschopný.

Prezentace bude v anglickém jazyce bez tlumočení.

12:10 - 12:30 Plánování Vaší „připojené“ zákaznické cesty: Programatické trendy, které je třeba brát v úvahu

Maciej Wyszynski - Sociomantic

Pro prozákaznický orientované marketéry přináší programatický nákup mnohem víc než automatizaci. Pomáhá značkám a obchodníkům, aby jejich digitální displayové strategie nebyly pouze bezhlavým retargetingem. Reálná příležitost pro daty-řízenou displayovou reklamu pochází z využití skutečně individualizovaného marketingu, dosažením zákazníků kdekoli a na jakémkoliv zařízení s vysoce personalizovanou displayovou reklamou. Žádný jiný online kanál nenabízí marketérům možnost personalizovat každý aspekt marketingového plánu - od produktu a zpráv, přes cenu a propagaci, po umístění a načasování - tedy každou zákaznickou pozici během nákupního procesu. Ve své prezentaci bude výkonný ředitel společnosti Sociomantic pro region střední a východní Evropy sdílet aktuální klíčové trendy v oblasti programatické personalizace: získávání, přiřazení, loajalitu, mobilní technologie a web2store. Navíc se podělí o své praktické zkušenosti z blízka i daleka, které Vám pomohou využít Vaše first-party data k vytvoření udržitelných vztahů s Vašimi nejlepšími zákazníky a budoucími zákazníky.

Prezentace bude v anglickém jazyce bez tlumočení.

Sál č.1

13:30 - 13:45 **VotočVohoz v českém i mezinárodním kontextu**

Lukáš Vala - VotočVohoz

Lukáš ve svém příspěvku seznámí posluchače se vznikem a vývojem jedné z největších světových platform pro P2P obchod s oblečením [Vinted](#) a jeho české lokalizace [VotočVohoz](#). Zvláštní pozornost bude věnovat spolupráci se službou [mojeID](#).

13:50 - 14:00 **Balikobot.cz**

Martin Šauer

Představení technologického agregátoru přepravních služeb v ČR po kterém každý nejen střední e-shop (za)touží. Na přednášce se dozvíte, jak lze provozovat e-shop bez nutnosti přihlašování se do administrací přepravních služeb, bez nutnosti ručního vypisování přepravních štítků a archů a zároveň jak mít okamžitý přehled o zásilkách zákazníků.

14:05 - 14:15 **Růžový slon - milion orgasmů**

Adam Durčák - Růžový slon

Prodávat erotické pomůcky není žádná sranda. Co to obnáší? Kdo je kupuje? A jak děláme marketing v e-shopu [ruzovyslonek.cz](#)?

14:20 - 14:40 **Slepé uličky na cestě k personalizaci**

Zbyněk Hraše - Etnetera Core

Aneb od trendů zpět do reality. Kam až jste došli na cestě k personalizaci vašeho e-shopu? Podařilo se vám alespoň část neustále omílaných trendů převést do každodenní praxe? Nebo bloudíte už v základních implementacích? Nabízíme kompas v podobě našeho příběhu, jak v personalizaci rosteme z plínek a snažíme se dohnat svět. Načrtneme ekosystém personalizačních nástrojů a přidáme pár konkrétních čísel jako výsledků z praxe.

14:45 - 15:05 **Chcete vyšší konverze? Zkuste porušit pravidla**

Jan Kvasnička - Jan Kvasnička

Pro každý e-shop neplatí stejná pravidla, která zvýší konverze. Pokusíme se prolomit tato dogmata na reálných příkladech a ukážeme si, jak v rámci zvyšování konverzí přemýšlet.

15:10 - 15:30 **COFFEE BREAK**

15:30 - 15:50 **Nové příležitosti a inspirace služeb ze zahraničí**

Filip Dřímalka - Digiskills.cz

Ukázky nových zahraničních služeb, online služeb, aplikací a moderních technologií, které pomáhají zahraničním internetovým obchodníkům získávat nové zákazníky a zvyšovat tržby.

15:55 - 16:15 **Bez retailu Váš online nepřežije**

Simona Kijonková - Zásilkovna

Jak pomohl online k úspěchu retailu (case study). Přežije online bez retailu? Proč se online na zákazníka neusměje? „Onlineový retail“ nejsou jen osobní odběry. Víte, jak postavit plnohodnotný retail v kamenné pobočce za minimální náklady? Je možné nabídnout plnohodnotný retail u zákazníka doma? Pohodlněji už to nejde... Průnik onlinu a retailu ovlivňuje naše vnímání už dnes.

16:20 - 16:40 **Český Košík Roku. Jsou nákupní košíky u nás pro lidi nebo pro roboty?**

Lukáš Hurych - Twisto Payments, Ondřej Raška - MITON CZ

Cítíme, že nákupní košík je nejcitlivější místo pro úspěšnost nákupu online. 7 z 10 lidí v ČR nedokončí objednávku. Lidé přerušují nákup mezi vložením do košíku a tlačítkem „dokončit“. Skoro to vypadá, jako by byly nákupní košíky „děravé“ nebo jim „upadávalo držadlo“. Odhalením všech slabých míst nákupního košíku bychom tento stav rádi změnili. Cílem prvního ročníku je najít a ocenit ty e-shopy, které mají nejpřívětivější nákupní košíky z pohledu koncového zákazníka, a zároveň stanovit metriku pro hodnocení nákupních košíků. O nejlepších koších rozhodne odborný panel předních expertů na online nakupování.

Sál č.2

13:30 - 13:50 **E-shop jako lean startup - případová studie Čaj týdne**

Marek Prokop - PROKOP software

E-shopy jsou na každém rohu, vše kolem nich se zdá být jasné, dnes si pronajmete řešení za pár korun a již zítra můžete prodávat. Přesto budujeme e-shop úplně jinak, od nuly, od jediné statické stránky. Postupně se učíme prodávat čaj, úžasně nás to baví a jsme sami zvědaví, kam nás naše pokusy dovedou.

13:55 - 14:15 **Redesign e-shopu MALL.cz**

Petr Matoušek

Jak probíhal redesign e-shopu z pohledu marketáka. Od prvních návrhů agentury, přes spolupráci všech zúčastněných týmů až po spuštění. Po skončení byste měli vědět, na co si při vlastním redesignu dát pozor a čeho se vyvarovat. A jak všechno bude pokračovat.

14:20 - 14:40 **Personalizace eshopu - cesta do pekla i do ráje**

Jiří Navrátil - Rency s.r.o., Jiří Štěpán - Etnetera Activate

Personalizace může být vysoce efektivní cesta ke zvýšení obrátu eshopu. A nebo také žrout peněz a času, který pouze odvádí pozornost od podstatných problémů eshopu. Podíváme se společně na několik příkladů, kde rozebereme detailněji výnosnost reálných personalizačních scénářů pro eshopy.

14:45 - 15:05 **Je Cross Border Sales hrozbou nebo může být i příležitostí pro české e-shopy?**

Milan Kučera - Aukro

CBS je pojem, který může brzo zamotat hlavu leckterému e-shopu. Lokální i globální pohledy, aktuální analýzy a data o nákupním chování českých zákazníků, bariéry a hrozby pro český trh. To vše a mnohem více slibuje tato přednáška.

15:10 - 15:30 **COFFEE BREAK**

15:30 - 15:50 **Pod kapotu vývoje v Alza.cz**

Jiří Schejbal - Alza.cz

In-house vývoj stále posunuje náš internetový obchod mílovými skoky, kdy dokážeme obsloužit denně desítky tisíc zákazníků se systémy, které jsme si ušili na míru. Věděli jste, že Alza.cz si vyvíjí svůj interní informační systém sama? Jak se takový vývoj dělá a jaké technologie využívá? Pojdte nakouknout pod kapotu.

15:55 - 16:15 **Jak se vyplatila investice do responzivního designu**

Michal Horák - PeckaDesign

V krátké případové studii si ukážeme, jak se Megapixelu vyplatilo investovat do responzivní verze e-shopu, kdy jsme web optimalizovali pro chytré telefony a tablety. A jaká měla tato změna vliv na nárůst objednávek.

16:20 - 16:40 **Skylightec: Jak se připravit na zahraniční expanzi?**

Jiří Suchý - Sherpas

Chcete prostřednictvím webu dobýt nové trhy? Ve svém příspěvku vám povím, co je potřeba dělat na samém začátku expanze a jak si potvrdit správnost svého rozhodnutí. Dozvíte se, jak zjistit preference zahraničních online zákazníků či jak prověřit míru konkurence na nových trzích.

16:45 - 20:00 **After party**

Zveme Vás na neformální pokračování konference, v rámci kterého pro Vás bude připraveno lehké občerstvení.

Workshopy

13:30 - 14:15 **Nový občanský zákoník, nové výzvy.**

Josef Aujezdský - Advokátní kancelář Mašek, Kočí, Aujezdský

Probereme s Vámi změny v oblasti uzavírání kupních smluv (včetně obchodních podmínek), v oblasti odstupování od smluv spotřebiteli a v oblasti vyřizování reklamací.

14:30 - 15:10 Facebook jako výkonnostní kanál? Jistěže ano!

Karel Tlusták - ROIHunter.com

Mnoho marketérů vnímá Facebook jako brandový doplněk nebo místo, kde musí hasit zákaznické dotazy a problémy. Facebook, říká se, není vhodný na prodej. Ale je tomu tak doopravdy? Facebook se mění velmi dynamicky a možnosti jeho reklamního ekosystému - zejména při využití pokročilých nástrojů - jsou vyšší každým dnem. Provedeme vás praktickými ukázkami, co a jak je možné udělat, abyste i vy mohli na Facebooku reálně prodávat.